

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, promosi dan citra merek produk Maybelline terhadap keputusan pembelian. berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga produknya maka konsumen akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian produk lipstik Maybelline.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dilakukan perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian produk lipstik Maybelline.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi keputusan pembelian produk lipstik Maybelline.
4. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek yang dilakukan perusahaan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian produk lipstik Maybelline.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka diajukan beberapa saran diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi produsen Lipstik Maybelline
 - a. Dari variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, maka produsen Lipstik Maybelline harus lebih mempertahankan harga yang terbaik agar mampu bersaing dengan produk lain dan memberikan potongan harga agar konsumen merasa puas dalam melakukan pembelian dan akan melakukan pembelian berkelanjutan.
 - b. Dari variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, maka produsen Lipstik Maybelline harus lebih memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan dan juga meningkatkan kualitas dengan menyertakan komposisi seperti pada kemasan dan kandungan yang terdapat dalam lipstik tersebut serta membuat produk yang sama dengan manfaat yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
 - c. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, maka produsen Lipstik Maybelline memberikan promosi agar konsumen yang semula tidak tertarik terhadap produk Lipstik Maybelline bisa berubah pikiran dan menjadi tertarik untuk melakukan keputusan pembelian produk Lipstik Maybelline yaitu dengan cara memberikan promo beli dua gratis satu, memanfaatkan promosi melalui berbagai media elektronik, menggunakan cara endorsment dengan orang yang biasa melakukan promosi produk dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah hubungan dengan masyarakat dengan

cara melakukan kegiatan demo dilingkungan penduduk tentang cara penggunaan dan penyesuaian lipstik.

2. Penelitian Mendatang

Bagi penelitian yang akan datang yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis, sebaiknya menambahkan variabel atau meneliti variabel-variabel yang lebih bervariasi atau variabel yang jarang diteleti dan belum diteliti agar dapat memunculkan penelitian-penelitian baru.